

## Capítulo 9

# Mercado de flores e plantas ornamentais tropicais

## Estratégias para o desenvolvimento de arranjos produtivos da floricultura na Amazônia

Jorge Federico Orellana Segovia

Magda Celeste Álvares Gonçalves

Antonio Claudio Almeida de Carvalho

Francisco Nazaré Ribeiro de Almeida

## Introdução

Na avaliação do desempenho da economia brasileira, o Tribunal de Contas da União (TCU, 2010), fundamentado em dados do Instituto de Pesquisa Aplicada (Ipea), mostra que, no último século, o Brasil apresentou uma tendência de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), indicando, assim, evolução no bem-estar da população, sendo que, a partir da implementação do Plano Real, foram criadas as bases para o País retomar o crescimento sustentável.

Conforme o Tribunal de Contas da União (2010), um dos principais fatores de explicação desse crescimento está relacionado à capacidade de investir na economia, em que a participação da formação bruta de capital fixo (investimento) no Produto Nacional Bruto (PNB) do Brasil, em 2009, foi de 17%.

Os dados do IBGE (2011) também mostram que o PIB brasileiro cresceu 7,5% em 2010, atingindo R\$ 3,675 trilhões, ou US\$ 2,089 trilhões pelo câmbio médio no ano. Também denotam que o PIB per capita subiu para R\$ 19.016, ou aproximadamente US\$ 10.814, apresentando alta de 6,5%, em volume, em relação a 2009, que foi de R\$ 16.634.

Apesar da atual crise política e econômica brasileira e mundial, a situação nacional reflete tendências na agricultura que prevalecem, positivamente, há vários anos, com o Brasil emergindo como um poder econômico agrário, figurando entre as dez maiores economias do mundo, com possibilidades de crescimento.

Nesse contexto, no período 2008–2011, a floricultura comercial brasileira cresceu, em média, de 8% a 10% ao ano, nas quantidades ofertadas no mercado, e entre 12% e 15% ao ano, em valor de vendas. Em 2012,

o mercado brasileiro cresceu entre 7% e 8% em quantidade, e entre 12% e 15% em valor comercializado (Flores..., 2015).

Além disso, de acordo com o Sebrae (Flores..., 2015), o mercado brasileiro de flores e plantas ornamentais movimentou, em 2013, um valor bruto de R\$ 5,22 bilhões, com uma taxa de crescimento de 8,3% sobre o faturamento do ano anterior. Já em 2014, a estimativa do faturamento setorial foi de R\$ 5,64 bilhões, repetindo a performance de crescimento de 8%.

Consolidou-se assim, no mercado, relativa estabilização dos índices de crescimento econômico, acompanhada de aumento dos índices inflacionários e de endividamento dos consumidores, ao mesmo tempo que se desaceleram os fenômenos de abertura de novos mercados e canais de comercialização, como os super e hipermercados, que já respondem por cerca de 10% de toda a comercialização varejista de flores e plantas ornamentais no Brasil.

Com certa retração na economia brasileira em 2015, merece destaque o fato de que, mesmo com a crise econômica e financeira mundial, o mercado brasileiro de floricultura mantém-se estável até 2014, sendo que 97,5% do valor da comercialização setorial são exclusivamente voltados para o mercado interno. Nesses períodos conturbados da economia mundial, o mercado interno de flores e plantas ornamentais apresentou taxas de crescimento variando entre 9% e 10% ao ano, em que o valor bruto da produção (VBP) atingiu R\$ 1,49 bilhão em 2013, e cerca de R\$ 1,61 bilhão em 2014 (Flores..., 2015).

Em 2008, o consumo per capita brasileiro de flores e plantas ornamentais alcançou a cifra de cerca de R\$ 17,50 ao ano. Tendo-se a expectativa de que o potencial de vendas

em todo o Brasil seja, pelo menos, equivalente ao dobro do atual, desde que superadas as restrições geradas por aspectos econômicos e culturais de amplas parcelas da população, além da minimização de entraves logísticos importantes ao longo da cadeia produtiva (Região..., 2010).

No entanto, observa-se que ocorrem diferenças nos valores de consumo em diferentes países, sendo que os maiores valores per capita anuais aparecem para as populações da Suíça, da Holanda, da Noruega, da Áustria e da Bélgica (Tabela 1).

**Tabela 1.** Consumo per capita anual de flores de corte, em euros, em 2008.

País	Consumo per capita/ano (€)
Suíça	94
Holanda	60
Noruega	58
Áustria	44
Bélgica	44
Inglaterra	40
Alemanha	38
Suécia	34
Itália	33
França	33
Irlanda	31
Estados Unidos	26
Espanha	19
México	10
Polônia	7
Rússia	3
Brasil	1,61
China	< 0,25

Fonte: Região... (2010).

Em 1989 surgiu o Veiling Holambra, que, além da intermediação de produtos, implementou o sistema de vendas por meio de leilão reverso, conhecido como *Klok*. O Veiling Holambra é o maior centro de comercialização de flores e de plantas ornamentais do Brasil, sendo responsável por 45% do mercado nacional. Também concentra a produção de cerca de 400 fornecedores da macrorregião de Holambra, SP, e outras regiões produtoras. A força do Veiling deve-se à bem-sucedida parceria com fornecedores e clientes, que resulta em produtos e serviços reconhecidos em todo território nacional, Estados Unidos e Europa.

Apesar da atual crise econômica, o comércio de flores vem apresentado um crescimento superior ao esperado. Segundo o Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor, 2015), o faturamento foi de R\$ 6 bilhões, contra R\$ 5,7 bilhões de 2014.

Conforme o G1 Campinas (2016), a Cooperativa Veiling Holambra é responsável por 45% da venda de flores e plantas no País, prevendo um crescimento de 4% em relação a 2015 no faturamento em feriado de Finados. Este crescimento está ligado diretamente ao valor agregado a produtos como orquídeas, antúrios e algumas plantas ornamentais. A cooperativa ainda espera crescimento de 2% no “volume” total de produtos no comparativo com o mesmo período do ano anterior. Nesse mercado, os crisântemos, lírios e kalanchoes lideram o ranking dos produtos mais procurados para homenagear os entes queridos. Mas antúrios, lírios da paz e plantas verdes começam a ganhar destaque, segundo a cooperativa de Holambra. Os estudos revelam que 17% das floriculturas e empresas de distribuição varejista de flores apostam em aumento de 10% no faturamento.

Para Schoenmaker, o mercado de flores é uma importante componente na economia brasileira, sendo responsável por 215.818 empregos diretos, dos quais 78.485 (36,37%) são relativos à produção, 8.410 (3,9%) relacionados à distribuição, 120.574 (55,87%) no varejo, 8.349 (3,8%) em funções de apoio (Agronovas, 2016).

Já para o Brasil, o consumo global de flores e plantas ornamentais é um dos menores, alcançando a cifra de €1,61 (R\$ 3,80 per capita ao ano). Tais indicadores evidenciam que o nível de consumo brasileiro é ainda bastante baixo quando comparados com padrões mundiais. No entanto, conforme a empresa Hórtica Consultoria e Treinamento, o potencial de vendas em todo o Brasil pode alcançar pelo menos o dobro do consumo atual (Junqueira; Peetz, 2010).

No Brasil, o mercado de flores e plantas ornamentais vem crescendo anualmente a taxas da ordem de 9,0% a 10,0% ao ano em valor, movimentando em 2008 cerca de R\$ 3,31 bilhões. Além do que, cresce entre 8,0% e 12,0% nas quantidades movimentadas, incorporando não apenas novos produtos e produtores, mas também novas regiões de cultivo, como a Amazônia (Junqueira; Peetz, 2010).

Essa região tropical apresenta potencialidades para cultivo de espécies tropicais, como palmeiras, abacaxis ornamentais, bromélias, helicônias, alpinias e orquídeas, todas com maior valor agregado. Também vêm sendo desenvolvidos produtos como plantas de vaso (Figura 1), flores de corte (Figura 2), plantas para embelezamento paisagístico de parques (Figuras 3 e 4) e jardins (Figura 5), plantas de interiores (Figura 6) e minifrutos ornamentais.



Foto: Jorge Segovia



**Figura 1.** Produção de plantas de vaso da espécie *Catharanthus roseus*

Foto: Jorge Segovia



**Figura 2.** Produção de flores ornamentais nos APLs de flores no Pará.

Fotos: Jorge Segovia



**Figura 3.** Ornamentação de praças: ipê ou pau-d'arco-roxo (*Tabebuia avellanedae* Lor. Ex Griseb.) (A); e ipê-amarelo (*Tabebuia serratifolia*) brindam floradas de belíssimas tonalidades (B).



Foto: Jorge Segovia



**Figura 4.** Crista-de-galo-plumosa (*Celosia argentea* L.) para ornamentação de praças e jardins.

Foto: Jorge Segovia



**Figura 5.** Cercas vivas em jardins com a *Ixora coccinea* L., em Macapá, AP.

Foto: Jorge Segovia



**Figura 6.** Plantas de interiores, como *Guzmania lingulata* (L.) Mez., à frente, *Asparagus densiflorus* na lateral esquerda e *Dracaena* sp. Lam., ao fundo.

## A comercialização na floricultura brasileira

No Brasil, os principais centros atacadistas de concentração da oferta e de comercialização de flores e plantas ornamentais estão localizados no estado de São Paulo, sendo constituídos pelo Mercado Permanente de Flores e Plantas Ornamentais da Ceasa de Campinas, SP (Figuras 7 e 8), pelo mercado de flores e plantas da Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp), no Entrepósito Terminal de São Paulo, SP, o maior grau de especialização no segmento de flores e folhagens envasadas (Região..., 2010).

No Brasil, os principais arranjos da comercialização no mercado atacadista podem ser caracterizados por algumas formas (Região..., 2010) a serem descritas a seguir.

### Leilão

O grupo Veiling comercializa a produção de 400 fornecedores, que representa 45% do mercado de flores e plantas ornamentais de todo o País. Os números do evento impressionam: em um único dia, chegam a

Foto: Jorge Segovia



**Figura 7.** Mercado Permanente de Flores e Plantas Ornamentais da Ceasa de Campinas, SP.

Foto: Jorge Segovia



**Figura 8.** Mercado Permanente de Flores e Plantas Ornamentais da Ceasa de Campinas, SP.

ser vendidos cerca de um milhão de unidades, entre flores e plantas ornamentais. Só de rosas vermelhas, o volume pode chegar a 40 mil unidades diárias. No Brasil, embora o consumo próprio de flores e plantas ornamentais não seja um hábito e nem todo mundo tem flor em casa, já existem ações de marketing para criar esse hábito, para que as pessoas tenham flores em casa sempre. E o mercado é promissor. Antigamente, a gente só via flor em grandes decorações. Agora você encontra em eventos como batizados, chá de bebê, aniversário. E acredita-se que grande parte disso aconteceu depois da inserção do produto nos supermercados. Isso mostrou para o consumidor que flor é um produto acessível. Há todos os preços e para todos os gostos (G1 São Paulo, 2014).

Na contramão da crise econômica que afeta o Brasil, o mercado de flores estima um crescimento de até 9% para 2017 e faturamento de R\$ 7,2 bilhões. Em Holambra, cidade que responde por quase a metade (45%) da comercialização nacional, o crescimento previsto pelas duas cooperativas – Veiling e Cooperflora – deve ser ainda maior, em torno de 11% (Mercado..., 2017).

### **Contratos de intermediação (formais e informais)**

Aproximadamente 44% dos produtos comercializados pela Cooperativa Veiling Holambra, de Holambra, SP, passam pela intermediação, com vendas operacionalizadas por meio da Central de Vendas Intermediação. É um sistema em que produtores e distribuidores fecham contratos de curto, médio ou de longo prazos, formais ou informais, determinando-se os preços, as características dos produtos e os prazos de entrega. Esse sistema permite ao produtor programar melhor sua produção, enquanto o atacadista pode, antecipadamente, fixar seus preços no varejo, principalmente em períodos que antecedem as principais datas de venda do setor.

### **Comercialização virtual**

Atividade comercial praticada via internet a um banco de dados informatizado sobre os produtos disponíveis. O sistema é alimentado por produtores que disponibilizam informações sobre quantidade, qualidade, preço e prazo de entrega. Atualmente, esse sistema é operado na Cooperativa Veiling Holambra e na Floranet/Cooperflora.

### **Centrais de Abastecimento S.A. (Ceasas)**

As Ceasas funcionam como entrepostos comerciais, fornecendo parâmetros diários sobre preços, quantidades e procedência de uma gama de produtos vegetais oriundos da floricultura nacional. Em termos de volumes e valores de mercadoria nacional, a mais expressiva Ceasa é a Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais do Estado de São Paulo (Ceagesp), operando desde 1969.

No entanto, a região Norte ainda detém modesta participação no mercado brasileiro de flores e folhagens de corte, comportando-se como forte importadora dessas mercadorias, especialmente do estado de São Paulo. Segundo o diagnóstico (Região..., 2010) feito sobre a cadeia produtiva da floricultura da Amazônia, elaborado no âmbito do Projeto Estruturante da Floricultura do Sebrae, para 2007, a produção de flores tropicais de corte no mercado da Amazônia atingiu o total de 1.460.847 hastes, com a maior participação relativa na obtenção desse resultado o Pará (38,11%), seguido pelo estado do Amazonas (24,12%), Tocantins (22,68%), Rondônia (12,48%) e Amapá (1,01%).

### **Comércio da floricultura amapaense**

No Amapá, o comércio de flores e plantas ornamentais é dinamizado pela atuação especializada de pequeno número de empresas de médio e de pequeno porte, formalmente estabelecidas e organizadas, em sua maioria, pela Associação dos Produtores e Distribuidores de Flores, Viveiristas e Paisagistas do Amapá (Equaflora).



De acordo com essa entidade, no Amapá, existem diversas atividades na cadeia produtiva desse segmento agrícola, encadeados na comercialização de flores e plantas ornamentais, como:

- Floriculturas (6).
- Empresas distribuidoras de plantas (9).
- Empresas distribuidoras de insumos (6).
- Empresas produtoras de mudas (4).
- Empresas produtoras de gramas (2).
- Empresas de paisagismo (5).
- Empresas de decoração (8).
- Decoradores informais (22).
- Produtores de mudas informais (4).

Nos últimos 5 anos, no comércio de flores e plantas ornamentais, vem se destacando o varejo supermercadista, formado por algumas redes de supermercados do estado, os quais oferecem flores e plantas ornamentais em suas lojas. Nos últimos anos, o crescimento anual brasileiro de vendas por meio desse canal tem se situado na faixa entre 10% e 20%, em que os preços praticados nos supermercados são considerados altamente competitivos.

Mesmo na ausência de registros sobre a produção e o valor bruto da produção estadual e as margens de comercialização desses produtos, conforme informações da Equaflo, no Amapá, seus associados movimentam, aproximadamente, R\$ 9,6 milhões por ano. Além disso, esse segmento produtivo gera 150 empregos diretos, explorando uma área de 5 ha com áreas cultivadas, estufas e viveiros (Figura 9).



Foto: Jorge Segovia

**Figura 9.** Áreas com viveiro de plantas ornamentais fazendo parte dos arranjos produtivos locais em Macapá, AP.

Entretanto, a comercialização eficiente do mercado de flores e plantas ornamentais demanda uma logística adequada, incluindo técnicas e operações de transporte, estocagem, comunicação com os clientes e compradores, além da transferência de posse das mercadorias, a qual, apesar de ainda incipiente no estado, começa a dar sinais de crescimento para atender à demanda local.

Geralmente, a exposição de flores e plantas ornamentais em locais estratégicos das lojas favorece as compras por impulso, característica importante no consumo dessas mercadorias (Figuras 10 a 12).





Fotos: Jorge Segovia

**Figura 10.** Arranjos florais montados na Associação Florat Carpam em Manaus, AM.

Fotos: Jorge Segovia

**Figura 11.** Arranjos florais montados pela associação de produtores em Palmas, TO.

Nessas redes de supermercados e lojas especializadas, os produtos podem ser expostos com diferentes valores agregados como embalagens decorativas, *cachepots* e outros acessórios, servindo como impulsionadores de vendas em datas comemorativas, apresentando um leque de produtos decorativos inseridos nos mais diversos ambientes, inclusive em banheiros públicos e privados (Figura 13).

## Estratégias no desenvolvimento dos arranjos produtivos de flores e plantas ornamentais na Amazônia

Na região amazônica, a produção e a comercialização de flores e plantas ornamen-

Foto: Jorge Segovia



**Figura 12.** Arranjos florais montados pela associação de produtores em Belém, PA.

Foto: Jorge Segovia



**Figura 13.** Arranjos florais utilizados em toaletes de shopping center.

tais tende a se consolidar como segmento econômico de exploração sustentável de produtos agrícolas e florestais não madeireiros, inclusive com uma demanda internacional ainda não atendida, com alternativas mais consistentes ecologicamente, no que tange à comercialização de espécies ainda pouco exploradas da Floresta Amazônica.

No comércio regional e global de flores e plantas ornamentais, principalmente de espécies vegetais nativas da Amazônia, têm-se espécies como helicônias, alpinias,

orquídeas, bromélias, palmeiras, entre outras, as quais apresentam um mercado em expansão e com inúmeras oportunidades para os sistemas produtivos amazônicos.

Essa comercialização vem crescendo de forma gradativa, o que poderia ser melhorado por meio da transferência de tecnologias. Com a publicação de *Técnicas e Inovações na Floricultura Tropical: uma alternativa de negócios sustentáveis na Amazônia*, pretende-se corrigir parte dessa deficiência, difundindo os mais recentes conhecimentos sobre essa gama de espécies da flora regional que já vem mostrando seu potencial econômico. Destaque-se que, nesse contexto, só na última década, na Amazônia foram produzidos trabalhos que apontam mecanismos para elevar o padrão de vida de seus habitantes por meio do cultivo de flores e plantas ornamentais.

No período de 2007 a 2015, as empresas de pesquisa e inovação tecnológica – como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), o Centro de Biotecnologia da Amazônia (CBA), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e os órgãos de extensão rural e as secretarias de Ciência e Tecnologia nos diversos estados da Amazônia – vêm atuando em parcerias que produzem avanços tecnológicos responsáveis pela diversificação e melhora na qualidade da produção de flores ornamentais no Brasil, assim como no fortalecimento dos Arranjos Produtivos de flores e plantas ornamentais tropicais, e na estimulação do consumo das belezas e encantos naturais da flora tropical.

Assim, essas instituições em parceria com os representantes dos agentes produtivos vêm implantando projetos envolvendo a prospecção, a multiplicação, o cultivo e a comercialização em sistemas produtivos de flores e

plantas ornamentais tropicais, contribuindo assim para implantação de projetos de melhoramento genético, correção e adubação de solos, cultivo in vitro e outras ferramentas modernas de produção, relevando a exploração sustentável voltada ao mercado de flores e plantas ornamentais e à conservação de espécies autóctones da flora.

Para alavancagem desse segmento, há necessidade de se desenvolver estratégias sistematizadas a partir do potencial existente nos arranjos produtivos locais, buscando a geração de trabalho/ocupação, aumentos de renda e melhor qualidade e continuidade dos empreendimentos rurais ligados à agricultura familiar.

Na Amazônia, os principais desafios relacionados à competitividade e à melhoria dos sistemas produtivos são:

- A qualidade de produtos e o valor agregado.
- A carência de qualificação técnica, gerencial e organizacional.
- A inadequação e insuficiência na assistência técnica.
- A indisponibilidade de máquinas e implementos.
- As dificuldades na certificação de produtos.
- As carências de uma logística para o desenvolvimento e armazenamento de produtos de extrema fragilidade.
- A falta de design de produtos.
- A carência de informações que contribuam com o desenvolvimento da floricultura, tanto daquela voltada ao merca-

do interno quanto a destinada ao mercado externo.

Cabe considerar que, na cadeia de suprimento de flores e folhagens de corte, predominam certos pontos de estrangulamento, especialmente no que se refere ao transporte e acondicionamento das mercadorias, além de depósitos inadequados.

Finalmente, ressalta-se a falta de mão de obra regional especializada e de conhecimentos sobre as necessidades e exigências no preparo, acondicionamento e no manuseio adequado desses produtos.

Contudo, a comercialização eficiente exige logística adequada, incluindo técnicas e operações de transporte, estocagem, comunicação com os clientes e compradores, além da transferência de posse das mercadorias.

Também existe deficiência de mão de obra especializada e de conhecimentos sobre as necessidades e exigências no preparo, no acondicionamento e no manuseio adequado desses produtos, de natureza tão delicada.

Deve-se ter, também, em consideração que a modernização agrícola pode conduzir à geração de produtos de amplo consumo, permitindo abrangente distribuição do aumento da renda, podendo provocar, ainda, aumento na demanda de bens e serviços de outros setores da economia, além de promover queda do preço real numa gama de produtos como são as flores e as plantas ornamentais, a partir da modernização agrícola, gerando aumento de salário real e resultando em maior competitividade desse e de outros segmentos produtivos no mercado.

Em toda a região, determinadas ações precisam ser analisadas e implementadas com o propósito de ampliar o mercado e pro-



mover a melhoria da qualidade e do valor agregado de produtos, como:

- Melhoramento genético de flores e plantas ornamentais da Amazônia.
- Estruturação do sistema de produção de sementes e mudas.
- Estruturação da governança do Arranjo Produtivo Local (APL) em assuntos estratégicos.
- Estruturação da plataforma de elaboração e acompanhamento técnico de projetos para financiamento da produção.
- Dimensionamento das lacunas de informações econômicas do sistema, como: oferta potencial por localidade, valor da produção e suas possibilidades de agregação de valor em nível local e regional, etc.
- Ampliação da capacitação gerencial, organizacional e técnica de extensionistas e produtores de flores e plantas ornamentais.
- Promoção da certificação pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) da produção de flores e plantas ornamentais tropicais.
- Promoção da certificação de produção orgânica e de comércio justo.
- Estruturação das rodadas de negócios internos e externos.
- Ampliação da capacidade de produção, armazenamento e distribuição de flores de corte e de plantas de vaso.
- Estruturação das redes associativas dos grupos informais que trabalham no APL.

- Promoção da gestão de empreendimentos coletivos.
- Montagem de design de produtos finalísticos e embalagens nos processos de produção e manufatura.
- Informatização dos empreendimentos coletivos que trabalham a produção e a manufatura de flores e plantas ornamentais, com estruturação do portal digital da cadeia produtiva.
- Promoção da participação do APL em eventos nacionais e internacionais.

Contudo, como estratégias a serem implementadas no desenvolvimento sustentável dos arranjos produtivos de flores e plantas ornamentais na Amazônia, deve-se firmar a sinergia da governança por meio da parceria interinstitucional com foco nas demandas apresentadas, consolidando os polos estaduais de produção e comercialização, e ampliando o comércio de produtos da floricultura.

As estratégias a serem analisadas e implementadas no desenvolvimento socioeconômico e ambiental dos Arranjos Produtivos de Flores e Plantas Ornamentais na Amazônia, para promover a geração de significativo número de empregos rurais e urbanos, além de contribuir com a sobrevivência de inúmeros empreendimentos agrícolas, no novo cenário dos empresários da floricultura amazônica, podem ser resumidas da seguinte forma:

- Consolidação dos polos estaduais de produção e comercialização de flores e plantas ornamentais.
- Maior diversificação do consumo, com introdução de novas espécies e cultiva-

res mais adaptadas aos gostos e às culturas regionais.

- Maior potencialização dos custos logísticos de transporte e movimentação de mercadorias, condicionando maior diversificação e incorporação das produções regionais.
- Ampliação do comércio dos produtos da floricultura amazônica, tanto no âmbito do mercado interno quanto para o exterior.
- Implantação de inovações técnicas, gerenciais e organizacionais do agronegócio de flores e plantas ornamentais.
- Criação da plataforma de projetos para elaboração e acompanhamento de projetos de financiamento da atividade.
- Acesso ao capital pela pressão sobre os agentes financeiros.

Portanto, o fortalecimento do comércio dos produtos da floricultura amazônica, tanto no âmbito do mercado interno quanto para o comércio exterior, constitui-se numa ação absolutamente vital para garantir a geração de emprego e renda, seja no meio rural, seja nas cidades, inclusive para a sobrevivência de inúmeros empreendimentos agrícolas de caráter familiar.

## Referências

AGRONOVAS. **Faturamento do mercado de flores**. 2016. Disponível em: <[www.agronovas.com.br/faturamento-do-mercado-de-flores](http://www.agronovas.com.br/faturamento-do-mercado-de-flores)>. Acesso em: 18 maio 2017.

ECOFLORA BRASIL. **Veiling Holambra comemora 25 anos do sistema de leilões**. Holambra, 2016. Disponível em: <<http://www.ecoflora.com.br/veiling-holambra-comemora-25-anos-do-sistema-de-leiloes/>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

FLORES e plantas ornamentais do Brasil. Brasília, DF: Sebrae, 2015. v. 1, 44 p. (Sebrae. Série estudos mercadológicos).

G1 CAMPINAS. **Veiling Holambra prevê alta de 4% no faturamento de flores neste fim de ano**. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2016/11/veiling-holambra-preve-alta-de-4-no-faturamento-de-flores-neste-fim-de-ano.html>>. Acesso em: 1 ago. 2017.

G1 SÃO PAULO. **Leilão de flores em Holambra vende até 40 mil rosas vermelhas por dia**: produção da cooperativa Veiling corresponde a 45% do mercado nacional e os Leilões diários comercializam até um milhão de unidades de flores de plantas. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/08/leilao-de-flores-em-holambra-vende-ate-40-mil-rosas-vermelhas-por-dia.html>>. Acesso em: 1 ago. 2014.

IBGE. **Em 2010, PIB varia 7,5% e fica em R\$ 3,675 trilhões**. 2011. Disponível em: <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias.html?view=noticia&id=1&idnoticia=1830&busca=1&t=2010-pib-varia-7-5-fica-r-3-675-trilhoes>>. Acesso em: 18 jun. 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA. **Mercado interno**. 2015. Disponível em: <<http://www.ibraflor.com/publicacoes/vw.php?cod=234>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. da S. **A floricultura brasileira no contexto da crise econômica e financeira mundial**. 2010. Disponível em: <[http://www.hortica.com.br/artigos/A\\_floricultura\\_brasileira\\_no\\_contexto\\_da\\_crise\\_financeira\\_mundial-1.pdf](http://www.hortica.com.br/artigos/A_floricultura_brasileira_no_contexto_da_crise_financeira_mundial-1.pdf)>. Acesso em: 18 jun. 2011.

MERCADO de flores em Holambra prevê crescimento de 11% em 2017. 2017. Disponível em: <<http://jape.com.br/portal/tvjape/materia.php?recordID=2628>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

REGIÃO Norte do Brasil. Macapá: Sebrae Amapá, 2010. v. 1, 1 CD-ROM. (Sebrae. Manuais técnicos instrucionais para o setor de floricultura e plantas ornamentais).

TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO. **Desempenho da economia brasileira**: desafios para o crescimento econômico. Disponível em: <[http://portal.tcu.gov.br/tcu/paginas/contas\\_governo/contas\\_2010/fichas/Ficha%201.3\\_cor.pdf](http://portal.tcu.gov.br/tcu/paginas/contas_governo/contas_2010/fichas/Ficha%201.3_cor.pdf)>. Acesso em: 12 mar. 2011.